

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketatnya persaingan bisnis masa kini membuat para pelaku bisnis harus terus berpikir keras untuk dapat menjadi sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen yang beragam. Konsumen masa kini cenderung menuntut kualitas pelayanan yang baik dan juga harga yang murah. Dan ini tentu menjadi tantangan yang akan dihadapi oleh setiap pelaku bisnis untuk dapat membuat semua konsumen merasa puas. Dampak yang dihasilkan adalah perusahaan harus terus menyusun strategi agar dapat bersaing di pasaran dan dapat memenuhi serta menjadi pilihan masyarakat (Sakti & Mahfudz, 2018).

Persaingan bisnis yang sangat ketat membuat setiap perusahaan harus terus berpikir keras tentang inovasi yang harus terus dilakukan agar dapat mengambil hati konsumen. Inovasi tersebut dapat dikembangkan dari berbagai aspek dan salah satu contohnya yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju sehingga perusahaan dapat menguasai pasar sesuai dengan bidang yang dikembangkan oleh perusahaan tersebut.

Teknologi dan informasi telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat pada sektor bisnis, Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju, tidak hanya berpengaruh terhadap sektor bisnis namun juga mempengaruhi sektor budaya. Perkembangan dalam sektor budaya ini dapat dilihat dari perubahan gaya hidup. Salah satu contohnya dahulu konsumen

harus menempuh jarak yang cukup jauh untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Namun kini segala jenis kebutuhan didapatkan konsumen hanya dengan menggunakan alat komunikasi online yang di sebut telepon genggam atau handphone. Konsumen dapat membeli bahan pokok dengan hanya dirumah dan tanpa perlu ke pasar ataupun supermarket, bahkan dapat juga memesan transportasi online untuk berpergian kemanapun tanpa harus berdesakan ataupun menunggu transportasi umum. Hal seperti ini tentu mempengaruhi produsen dalam membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan sesuai gaya hidup masyarakat masa kini. Salah satu bisnis yang tercipta oleh adanya gaya hidup masyarakat adalah bisnis layanan jasa transportasi.

Teknologi dalam bidang jasa adalah salah satu bentuk layanan yang sedang berkembang pesat dalam dunia bisnis, Salah satu contohnya adalah layanan transportasi online. Transportasi online telah merebut hati konsumen sehingga membuat layanan ini terus bertumbuh. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan pengguna transportasi online yang terus berkembang.

Transportasi merupakan sarana yang dipakai oleh manusia agar dapat melakukan aktivitasnya. Pemakaian sarana transportasi sangat besar di masyarakat. Yaitu pada transportasi udara, laut, dan darat. Transportasi darat telah menjadi pusat perhatian, dikarenakan memiliki jumlah pengguna yang paling tinggi. Transportasi sangatlah penting bagi kehidupan manusia untuk membantu segala aktivitas dan kebiasaan manusia dalam melakukan aktivitas dengan cepat, mudah, dan aman pada berbagai jenjang usia. Perkembangan jumlah penduduk yang terus meningkat juga memberi dampak pada kegiatan

kebutuhan masyarakat dalam bidang transportasi dan kini semakin maju dengan tersedianya transportasi online.

Tabel 1.1 Jumlah Pertumbuhan Pengguna Layanan Transportasi Online (2021)

No	Tahun	Jumlah Kenaikan (%)
1	2019	6
2	2020	5
3	2021	7
4	2025	17

Sumber : Databoks, 2021

Pada Tabel 1.1 Berdasarkan hasil riset Google, Temasek, dan Bain & Company, Terdapat pertumbuhan nilai ekonomi digital dari layanan transportasi dan pengantaran makanan *online* sampai pada tahun 2025. Hal ini terlihat dari total nilai penjualan (*gross merchandise value/GMV*) sejumlah US\$ 6,9 miliar pada tahun 2021. Nilai tersebut memiliki kenaikan 35,3% dari tahun 2020 dengan jumlah US\$ 5,1 miliar. Selanjutnya, nilai GMV layanan transportasi dan pengantaran makanan online diprediksi akan kembali meningkat menjadi US\$ 16,8 miliar pada tahun 2025. Pandemi Covid-19 memberi dorongan kepada konsumen untuk beralih ke gaya hidup baru. Terdapat sejumlah 21 juta konsumen digital baru selama pandemi pada tahun 2020 dan awal tahun 2021.

Potensi ekonomi digital semakin cerah, terutama melalui jasa pesan antar makanan. Hal tersebut dapat dilihat dari penilaian konsumen terhadap layanan digital jasa pesan antar makanan. Sejumlah 72% konsumen menyatakan jasa pesan antar makanan dapat membuat kegiatan rutinitas sehari-hari menjadi lebih mudah dan praktis. Persentase ini merupakan jumlah yang paling tinggi

di antara layanan lainnya. Selanjutnya, sejumlah 41% responden menjadikan layanan pesan antar makanan menjadi rutinitas sehari-hari. Oleh sebab itu setiap perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa transportasi online harus terus berusaha untuk mengembangkan pelayanannya sehingga dapat terus ada di hati konsumen. Meskipun demikian, laporan tersebut menyatakan terdapat perlambatan dari tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (compound annual growth rate atau CAGR) layanan jasa transportasi dan pesan antar makanan online. CAGR pada tahun 2025 diprediksi sejumlah 25%, melambat dari tahun 2021 yang bernilai 36%.

Menurut (Abdul Gofur, 2019) untuk masuk kedalam dunia persaingan bisnis yang kini semakin ketat setiap perusahaan harus dengan mutlak dapat memberi kepuasan kepada konsumen, yang mana kepuasan konsumen akan didapatkan apabila keinginan dan harapan dapat dipenuhi oleh perusahaan. Kualitas pelayanan memiliki 5 indikator penilaian yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, dan daya tanggap. Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam memenuhi kepuasan konsumen, juga berkaitan erat dalam memberikan sebuah keuntungan bagi perusahaan. Kepuasan akan semakin tinggi dirasakan oleh pelanggan apabila semakin berkualitas pelayanan yang diterima dari perusahaan.

Kualitas produk juga tidak kalah penting dengan kualitas pelayanan. Kualitas produk juga mengambil peran penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah suatu keadaan atau kondisi dari sebuah barang atau produk yang ditentukan melalui penilaian atas kesuaiannya

dengan patokan yang telah ditentukan. Oleh karena itu semakin sesuai dengan pedoman yang ditetapkan maka dapat disimpulkan produk tersebut semakin berkualitas (Henry Dewantara, 2020). Kualitas produk mencakup fasilitas yang tersedia di dalam produk tersebut. Kualitas tersebut dapat dinilai dari kemudahan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan. Apabila produk memberi kesulitan kepada konsumen atau pelanggan maka konsumen akan mempertimbangkan kembali untuk memakai produk tersebut.

Hal berikutnya yang dapat menjadi faktor penentu kepuasan konsumen adalah promosi. Promosi adalah suatu alat untuk pembeli dapat berkomunikasi dengan perusahaan lainnya yang bertujuan untuk memberi informasi secara jelas. Yang menjadi indikator dalam promosi adalah *advertising, personal selling, motion, Direct Marketing, dan Publicity*. Apabila produk yang ditawarkan perusahaan memiliki promosi yang menarik maka konsumen atau pelanggan akan cenderung lebih sering memantau atau menggunakan produk tersebut. Promosi merupakan strategi pemasaran yang paling sering digunakan karena memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap penambahan jumlah konsumen.

Maxim adalah sebuah perusahaan transportasi online yang bergerak di bidang layanan jasa berasal dari Rusia dan sudah berdiri sejak tahun 2003. pada tahun 2010 mempunyai cabang di 17 kota dan terus berkembang hingga menjadi 22 kota dalam waktu satu tahun. Di Indonesia Maxim menyentuh pasar Indonesia pada tahun 2018 dengan membuka kantor di Jakarta di bawah otoritas PT Teknologi Perdana Indonesia. Maxim merupakan aplikasi online

yang diciptakan untuk mempermudah masyarakat dalam berpergian, berbelanja dan juga kegiatan lainnya. Persaingan yang ketat membuat maxim harus terus memperbarui kualitas produknya agar dapat memuaskan pelanggan.

Maxim bukan satu-satunya aplikasi layanan transportasi online yang ada pada masa kini. Terdapat aplikasi transportasi online lainnya seperti grab dan gojek yang dapat menjadi pertimbangan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena terdapatnya pesaing yang lain, membuat pihak perusahaan maxim tidak boleh lengah dan harus cermat sehingga dapat terus menjadi pilihan pertama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan terkait layanan jasa transportasi online.

Maxim terkenal sebagai aplikasi transportasi yang cukup terbilang murah dibandingkan dengan aplikasi lainnya. Namun masih terdapat banyak keluhan dari masyarakat atau konsumen terhadap aplikasi ini meskipun telah menawarkan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Berdasarkan hal ini dapat dilihat bahwa harga bukan satu-satunya factor yang menentukan kepuasan pelanggan.

Tabel 1.2 Data Pengguna Jasa Transportasi Online Periode 2019-2020

No	Jenis Transportasi	Jumlah Pengguna
1	Grab	21,3 %
2	Gojek	19,4 %
3	Anterin	0,3 %
4	Bonceng	0,3 %
5	Maxim	0,3 %
6	Fastgo	0,2 %
7	Lainnya	0,1 %
8	Tidak Pernah	58,1 %

Sumber : Databoks, 2019-2020

Berdasarkan Tabel 1.2 Hasil survei Asosiasi Pengelolaan Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode tahun 2019 hingga tahun 2020 mencatat, Grab dan Gojek menjadi layanan jasa transportasi online yang paling diminati oleh masyarakat. Terdapat sejumlah 21,3% responden yang menyatakan sering memakai layanan transportasi online Grab untuk bepergian. Sementara itu, sejumlah 19,4% responden menyatakan sering menggunakan aplikasi Gojek saat hendak bepergian. Responden yang memilih layanan transportasi online lainnya, seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berada pada rentang 0,1%-0,3%. Terdapat sejumlah 58,1% responden menyatakan tidak pernah menggunakan layanan jasa transportasi online. Survei APJII melalui kuesioner dan wawancara terhadap 7.000 sampel, dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) 1,27%. Riset dilakukan pada 2-25 Juni 2020.

Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Kota Batam Periode 2021

No	Wilayah	Jumah Penduduk (Jiwa)
1	Belakang Padang	22439
2	Bulang	10707
3	Galang	16989
4	Sei Beduk	96193
5	Sagulung	209386
6	Nongsa	81451
7	Batam Kota	198617
8	Sekupang	156283
9	Batu Aji	139512
10	Lubuk Baja	84533
11	Batu Ampar	60450
12	Bengkong	119836

Sumber :BPS Kota Batam, 2021

Tabel 1.3 adalah jumlah penduduk Kota Batam dalam setiap wilayah. Berdasarkan jumlah tersebut peneliti akan melakukan penelitian terhadap masyarakat Kota Batam wilayah Batam Kota dan Sagulung. Pemilihan tersebut dikarenakan kedua wilayah tersebut merupakan wilayah dengan jumlah penduduk diurutkan teratas yaitu Batam Kota dengan jumlah penduduk 198617 jiwa dan Sagulung dengan jumlah 209386 jiwa. Sehingga total jumlah penduduk untuk kedua wilayah tersebut berjumlah 408003 jiwa.

Tabel 1.4 Hasil Pra Penelitian Kualitas Pelayanan Maxim di Kota Batam

No	Pertanyaan	Puas	Tidak Puas
1	Driver maxim melayani pelanggan dengan ramah	50%	50%
2	Driver maxim menanggapi orderan dengan tepat waktu	47,6 %	52,4 %
3	Customer service melayani keluhan dengan cepat	52,4 %	47,6 %

Sumber : Peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 hasil survey awal yang penulis lakukan terhadap 42 responden yang merupakan konsumen yang pernah memiliki dan menggunakan jasa transportasi Maxim di Kota Batam lebih dari dua kali. Pada pertanyaan pertama berupa keramahan driver maxim sejumlah 21 orang atau 50 % memberi respon tidak puas dan sejumlah 21 orang sisanya atau 50 % memberi respon puas. Pernyataan kedua mengenai ketepatan waktu driver dalam menanggapi orderan atau pesanan, sejumlah 22 orang atau 52,4 % memberi respon tidak puas dan 20 orang atau 47,6 % memberi respon puas. Sebanyak 20 orang atau 47,6 % memberi respon tidak puas untuk pernyataan ketiga terkait cara customer service menanggapi keluhan konsumen dan

sejumlah 22 orang atau 52,4 % memberi respon puas terhadap pernyataan tersebut. Dari survey awal tersebut dapat dilihat bahwa masih lebih banyak konsumen yang hanya merasa tidak puas terhadap layanan jasa transportasi online maxim.

Tabel 1.5 Hasil Pra Penelitian Kualitas Promosi Maxim di Kota Batam

No	Pertanyaan	Puas	Tidak Puas
1	Maxim melakukan promosi secara berkala	38,1%	61,9 %
2	Tarif harga murah sudah cukup tanpa perlu adanya promo	45,2 %	54,8 %
3	Promosi maxim sudah dilakukan dengan baik	40,5 %	59,5 %

Sumber : Peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 1.5 hasil survey awal yang penulis lakukan terhadap 42 responden yang merupakan konsumen yang pernah memiliki dan menggunakan jasa transportasi Maxim di Kota Batam lebih dari dua kali. Pada pernyataan pertama terkait promosi yang dilakukan maxim secara berkala sejumlah 26 orang atau 61,9 % memberi respon tidak puas dan sisanya sejumlah 16 orang atau 38,1 % memberi respon puas terkait pernyataan tersebut. Sejumlah 23 orang atau 54,8% memberi respon tidak puas terkait pernyataan bahwa harga murah yang ditawarkan sudah cukup tanpa perlu adanya promosi dan sejumlah 19 orang atau 45,2 % memberi respon puas terkait pernyataan ini. Pernyataan ketiga terkait kualitas pemasaran dalam bentuk promosi yang dilakukan maxim sejumlah 25 orang atau 59,5 % merasa tidak puas untuk pernyataan ini dan sisanya 17 orang atau 40,5 % merasa puas terkait pernyataan ini.

Tabel 1.6 Hasil Pra Penelitian Kualitas Produk Maxim di Kota Batam

No	Pertanyaan	Puas	Tidak Puas
1	Aplikasi maxim mudah digunakan dan sesuai harapan pelanggan	45,2 %	54,8 %
2	Design aplikasi memudahkan pelanggan dalam penggunaannya	35,7	64,3 %
3	Tampilan aplikasi maxim menarik dibanding aplikasi transportasi online lainnya	38,1 %	61,9 %
4	Pelanggan akan kembali menggunakan maxim	47,6 %	52,4 %

Sumber : Peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 1.6 hasil survey awal yang penulis lakukan terhadap 42 responden yang merupakan konsumen yang pernah memiliki dan menggunakan jasa transportasi Maxim di Kota Batam lebih dari dua kali. Sejumlah 23 orang atau 54,8 % memberi respon tidak puas terkait pernyataan pertama bahwa aplikasi maxim mudah digunakan dan sesuai harapan konsumen dan sejumlah 19 orang atau 45,2 % memberi respon puas. Pernyataan kedua terkait design aplikasi maxim yang memudahkan pelanggan sejumlah 27 orang atau 64,3 % memberi respon tidak puas dan sisanya 15 orang atau 35,7 % memberi respon puas. Sejumlah 26 orang atau 61,9 % memberi respon puas dan sisanya sejumlah 16 orang atau 38,1 % memberi respon tidak puas terkait pernyataan ketiga bahwa tampilan produk lebih menarik dibanding produk lainnya dengan pasar yang sama. Lalu sejumlah 22 orang atau 52,4 % memberi jawaban tidak dan sejumlah 20 orang atau 47,6 % untuk pernyataan apakah akan kembali menggunakan layanan jasa transportasi online maxim.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Maxim kepada konsumen masih belum sebanding dengan pesaingnya, mulai dari ketepatan waktu pelayanan dan design aplikasi. Maxim juga cenderung jarang atau bahkan tidak melakukan promosi untuk dapat lebih menarik minat konsumen, Keinginan dan harapan konsumen juga belum dapat tercapai dikarenakan pelayanan yang diberikan belum sesuai, sementara hal-hal tersebut berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan penejelasan yang diuraikan penelitian akan dilaksanakan dengan judul yaitu **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MAXIM DI KOTA BATAM”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelesan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tidak tersedia peta yang lengkap pada aplikasi maxim
1. Design aplikasi Maxim rumit dan sulit dimengerti
2. Driver maxim sering mengambil jalur sendiri sehingga membuat konsumen menunggu lama
3. Tidak terdapat promo pada maxim yang membuat aplikasi tampak monoton
4. Waktu tunggu yang terdapat dalam aplikasi tidak bekerja secara efektif sehingga menyulitkan konsumen mengetahui posisi driver.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena jangkauan Masalah yang sangat luas dan waktu penelitian yang terbatas, maka memberi batasan masalah yaitu :

1. Penelitian ini dibatasi pada beberapa variable yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi
2. Responden penelitian adalah masyarakat yang menggunakan layanan jasa maxim di Kota Batam kecamatan Sagulung dan Batam Kota.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis, Penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim di Kota Batam?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim di Kota Batam?
3. Apakah Promosi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim di Kota Batam ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim di Kota Batam ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada maxim di Kota Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada maxim di Kota Batam

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada maxim di Kota Batam
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi secara bersama terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis (Keilmuan)
 - a. Penulis berharap agar penelitian ini dapat diterapkan dalam ilmu manajemen untuk kemudian hari dapat dipakai sebagai acuan pengetahuan, serta menjadi landasan salah satu cabang ilmu manajemen.
 - b. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi manfaat untuk pengetahuan dan wawasan yang dapat digunakan sebagai penambahan wawasan terkait pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Penulis berharap dapat memperluas ruang lingkup pengetahuan dan wawasan dari teori yang didapatkan dari Universitas Putera Batam mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk pada aplikasi layanan jasa online maxim
 - a. Bagi Perusahaan

Memberikan data dan pedoman kepada perusahaan sebagai bahan perbaikan, dan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan untuk lebih mengembangkan kualitasnya.

b. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini dilakukan dengan harapan mampu menambah wawasan dalam ilmu manajemen secara umum dan ilmu manajemen dalam hal peran kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi dalam kepuasan pelanggan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap penelitian yang dilakukan dapat dijadikan bagian pendukung untuk penelitian yang relevan dan mendapatkan informasi teoritis untuk peneliti lain yang mengangkat pembahasan yang sama dengan penelitian ini.